

## Blogs políticos y democracia participativa en España

Irene Ramos Vielba  
(Workshop in Political Theory and Policy Analysis  
Indiana University, USA).



**Resumen:** Las blogs se han convertido en un fenómeno con influencia no sólo en el espacio virtual, sino también en el mundo real. ¿Pueden las blogs significar un paso adelante en la democracia participativa en Internet? El principal objetivo de esta ponencia consiste en contribuir al debate sobre la posibilidad de que las blogs promuevan mecanismos de democracia electrónica, incorporando evidencias recogidas en blogs políticos de España.

**Nota biográfica:** Irene Ramos Vielba es doctora en Ciencias Políticas por la Universidad Complutense de Madrid. Su tesis doctoral se tituló: “LA POLÍTICA DE COMUNICACIÓN DEL CONGRESO DE LOS DIPUTADOS (1990 - 2002) El uso de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (TIC) y la percepción social”. En la actualidad es *Postdoctoral Visiting Scholar*, en el *Workshop in Political Theory and Policy Analysis* de la Universidad de Indiana en Estados Unidos. Sus temas de interés son: las TIC aplicadas al ámbito sociopolítico, gobierno digital y democracia digital.

**Palabras clave:** blogs, nuevas tecnologías, participación democrática, España, democracia digital.

**Nota:** TRABAJO EN CURSO. NO CITAR SIN PERMISO DEL AUTOR.

*Blogs are the latest and most sophisticated listening post of modern democracy (Coleman, Stephen, 2004)*

*The blogosphere is becoming so big and blogging so ubiquitous that if you want to get to know someone, instead of asking about his or her favorite books, music, movies, or social causes, you soon may be able to just ask, “What type of blogger are you?” (Pack, Thomas, Information Today, November 2004)*

### 1. **Presentación**

Más allá de la pompa que rodea las blogs, como forma de comunicación interactiva pueden suponer nuevas y complejas oportunidades para construir comunidades en red donde los participantes producen, comparten, intercambian y discuten sobre distintos tipos de información. Es innegable que las blogs se han convertido en un fenómeno con influencia no sólo en el espacio virtual, sino también en el mundo real. ¿Pueden las blogs significar un paso adelante en la democracia participativa en Internet?

En 2004 la Hansard Society, dentro de sus estudios sobre democracia electrónica, llevó a cabo investigación cualitativa para calibrar los efectos de las blogs en el ámbito político de Reino Unido. En sus conclusiones identificaron algunas prácticas interesantes, así como un considerable potencial para influir en la participación política y los procesos políticos.

El principal objetivo de esta ponencia consistirá en contribuir al debate sobre la posibilidad de que las blogs promuevan mecanismos de democracia electrónica, incorporando, a su vez, algunas evidencias recogidas en blogs políticas de España. ¿Es extensible la influencia de las blogs producida en el ámbito anglosajón? ¿Qué actores políticos participan actualmente en blogs? ¿Están realmente las blogs impulsando la participación política? ¿Generan una auténtica esfera pública de deliberación y la implicación de los ciudadanos en acción colectiva? Las blogs parecen mostrar cómo Internet está siendo constantemente explorado en todo el mundo como una forma innovadora de generar vías de comunicación más fluida en la sociedad. Sin embargo, si este tipo de propuestas no encuentra acogida y la participación política permanece en niveles bajos entre los ciudadanos, tendremos que pensar que las blogs sirven como actos aislados de expresión individual, lejos de desarrollar su supuesto potencial democrático.

En primer lugar, este trabajo realiza un recorrido por la blogosfera, analizando sus características más notorias, así como el impacto y los cambios que está provocando en diferentes áreas. A continuación, somete a estudio el potencial democrático de las blogs y su posible contribución a la participación política. Para, finalmente, seleccionar algunos ejemplos de blogs políticas en España que permitan obtener conclusiones sobre este particular.

## **2. Previo: la blogosfera**

El universo blog hace uso de una jerga propia. Un reciente estudio de la Hansard Society (2004) sobre blogs políticas en el Reino Unido proporciona una visión general del paisaje asociado a las blogs:

Al igual que los sitios web convencionales, se hospedan en servidores y son accesibles a través de los navegadores de Internet, tecleando una dirección web (URL). Una blog tiene un autor, conocido como “blogger”. Mantener una blog se conoce como “blogging”. Las blogs tienen la apariencia de un diario, pero en orden cronológico inverso, con las aportaciones más recientes colocadas en primer lugar. Similar a un diario o un periódico, las aportaciones se hacen de manera regular, y acompañadas de la fecha y la hora. El control editorial, incluido el tema, la longitud y el tono de cada comentario, queda a discreción del blogger. La mayoría de las aportaciones contienen enlaces a otros sitios web o blogs de interés o relevancia para el blogger. El éxito o visibilidad de una blog reside en el alcance de los enlaces y conexiones con otros bloggers. Como resultado, las blogs se han convertido en tan numerosas y vinculadas entre sí que se puede hablar de potentes comunidades en línea o de redes sociales. Otra característica de una blog es la posibilidad de que los visitantes del sitio respondan a las publicaciones originales del blogger. De esta forma las blogs pueden convertirse en lugares no sólo de auto-expresión por parte de los bloggers individuales, sino en plataformas para el dialogo y el debate (2004: 6)<sup>27</sup>

Por lo tanto, una blog es un sitio web donde un conjunto de comentarios escritos sobre una amplia variedad de materias<sup>28</sup>, con la pretensión de informar sobre un asunto o expresar una opinión al respecto, aparecen en orden cronológico inverso, colocando la información más reciente en la parte alta de la página. Se organizan en función de la fecha y la hora de las entradas, normalmente actualizadas, y están abiertas a recibir nuevos comentarios por parte de la audiencia global a la que se dirigen.

---

<sup>27</sup> Ésta y el resto de citas procedentes de textos en inglés se incorporan a este trabajo en español, correspondiéndose con una traducción propia.

<sup>28</sup> Existen blogs dedicadas a cualquier área de discusión, desde acontecimientos mundiales y análisis político a negocios, informática, literatura, salud, historia, o humor, por ejemplo.

El flujo continuo de comentarios incluye con frecuencia enlaces con sitios web secundarios o con las fuentes originales. Por lo tanto, las blogs ofrecen texto rico en enlaces e información interconectada. De hecho, los enlaces junto con la interactividad son considerados dos aspectos esenciales presentes en la blogosfera. Los enlaces son destacados por una amplia mayoría de la literatura publicada sobre la naturaleza de la blog, con la única excepción de Herring et. al. (2004) en su análisis aleatorio de un largo número de weblogs. Tras el contraste empírico, su trabajo considera que los autores de blogs, los periodistas, y los analistas del ámbito académico exageran la presencia de los enlaces y los métodos interactivos. Sin embargo, resulta difícil disociar los filtros de contenido a través de enlaces y la interactividad entre bloggers y usuarios de Internet del fenómeno blog.

Aunque el formato y los elementos pueden variar ampliamente de una blog a otra, siguiendo los deseos de

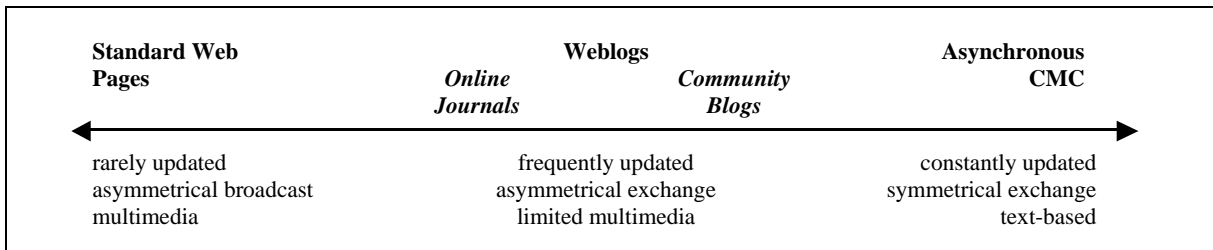


Figura 1 . Weblogs on a continuum between standard Web pages and CMC (Source: Herring et al., 2004, p. 10)

su autor, las blogs normalmente tienen menos ornamentos que anteriores expresiones en la World Wide Web, tales como las páginas personales, consideradas uno de sus ancestros en línea (Hourihan, 2002). Desde una perspectiva diferente, Blood (2002) sugiere que la sección “novedades” de los sitios web es el progenitor de las actuales blog. Recientes investigaciones sobre el género de las blogs han descubierto que las blogs parecen ser un híbrido, mezcla de otros preexistentes: páginas personales o foros de discusión, actuando como puente digital entre páginas web estándar, estáticas y caracterizadas por documentos HTML y múltiples documentos adjuntos, y las nuevas formas de comunicación asincrónicas mediante ordenador (Herring et. al., 2004). La frecuencia de las actualizaciones, así como la existencia de intercambio, son otros de los elementos importantes que marcan la diferencia en las blogs como se puede observar en la representación de una línea continua (figura 1).

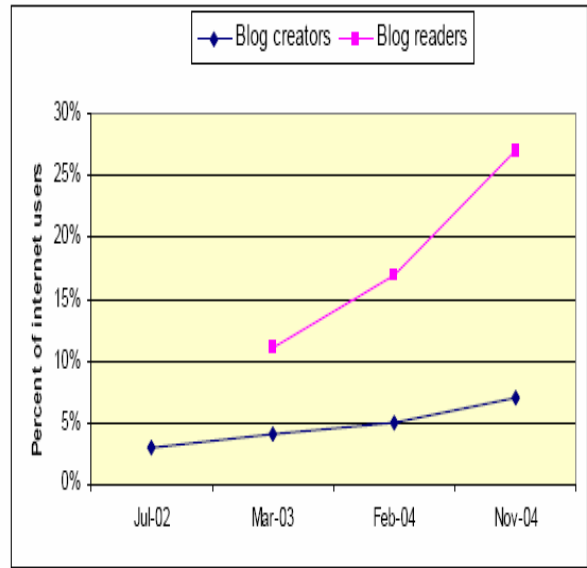
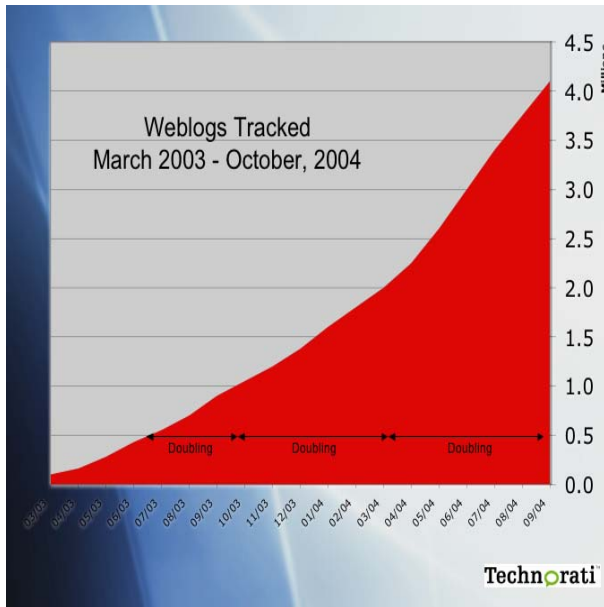
CMC = computer-mediated communication

En un intento por descubrir el momento exacto en que apareció la primera weblog en línea, algunos apuntan al primer sitio web creado por Tim Berners-Lee en 1991<sup>29</sup>. Sin embargo, la sección de novedades *Mosaic's What's New page* que funcionó desde 1993 a 1996 también se considera que está en el origen<sup>30</sup>. Por su parte, Dave Winner proclama que él creó un sitio con el modelo usual del formato weblog en febrero de 1996, como parte del sitio web *24 Hours of Democracy*, aunque el término “weblog” lo usó por primera vez Jorn Barrer un año más tarde, en 1997. La proliferación de software gratis para la creación de blogs desde mediados de 1999 hizo del blogging una actividad en expansión, y el número de blogs comenzó a crecer exponencialmente. Se estima que actualmente existen más de 13 millones de blogs activas<sup>31</sup>, superando con creces estimaciones realizadas unos meses atrás.<sup>32</sup> Claramente, se trata de un fenómeno sin precedentes<sup>33</sup> (ver figura 2).

<sup>29</sup> Winer, 2002 *The History of Weblogs*.

<sup>30</sup> En Blood, 2002 y también en Pack, 2004 refiriéndose a una historia sobre blogging en Yahoo.

<sup>31</sup> Technorati, una compañía dedicada a rastrear blogs, se ocupa en la actualidad de 13,6 millones [dato de mediados de julio de 2005] <http://www.technorati.com/>



Pew Internet & American Life Project

Figura 2. Evolución de la blogosfera.

No se puede negar el hecho de que las blogs se hayan convertido en un amplio fenómeno de influencia, tanto en el espacio virtual como en el mundo real. Tras analizar interesantes observaciones sobre el uso de las blog en la práctica, este estudio ha identificado algunas áreas fundamentales en las que las blogs han supuesto un impacto significativo, o se espera que lo tengan en el futuro.

Un nuevo medio alternativo

Las weblogs han sido tautológicamente descritas como un nueva forma de conexión en red<sup>34</sup>. Sin embargo, se ha puesto gran énfasis en este aspecto, ya que las blogs representan un nuevo medio de fácil acceso a información reciente, de manera gratuita, desde fuentes no convencionales. La principal motivación que parece estar detrás de la actividad conocida como blogging es la de compartir información. Los participantes intercambian información elaborada, técnica y científica, así como comentarios informales emitidos desde un punto de vista subjetivo. Los enlaces a material primario permiten a la audiencia contrastar opiniones y ampliar conocimiento. Por lo tanto, las blogs multiplican las conexiones en línea de asuntos interrelacionados cuando proporcionan preciados enlaces a sitios complementarios o de interés en la World Wide Web. Además, éstos son valorados positivamente por la audiencia, de tal manera que si una blog acumula buenos enlaces, las visitas a la blog aumentan. En una sociedad sobreexpuesta a los medios “es más fácil aceptar un nuevo paradigma en el que más información creada por más bloggers puede servir como un nuevo tipo de filtros editoriales para el vasto, desconocido universo de información que no podemos gestionar” (Conhaim, 2002: 73)

<sup>32</sup> Drezner y Farrel en noviembre/diciembre de 2004, siguiendo los estudios realizados por Perseus Development Corporation sobre tendencias de Internet, consideraban que para 2005 podrían haberse creado unos 10 millones de blogs.

<sup>33</sup> Según Pew Internet and American Life Project se crea una weblog cada 5,8 segundos, lo que se traduce en 15 mil blogs nuevas cada día (MacGann, Noviembre de 2004, *The Blogosphere By The Numbers*) (recogido también por Pack, 2004) Para más información, sobre la evolución de esta actividad, consultar el informe *The State of Blogging*, de enero de 2005: [http://www.pewinternet.org/pdfs/PIP\\_bloggin\\_data.pdf](http://www.pewinternet.org/pdfs/PIP_bloggin_data.pdf)

<sup>34</sup> Gupta y Pitt en SCM April/May 2004, Vol 9, Issue 3, p. 3, titulan su artículo: “Weblogs – a New Way of Networking”

El hecho de que el software para el blogging facilite la publicación en tiempo real, a bajo coste y sea fácil de actualizar, permite a los bloggers mantener sus blogs sin necesidad de ninguna habilidad técnica especial. Estas características contribuyen a que las blogs funcionen como una respuesta colectiva inmediata y constantemente renovada a las últimas noticias. Ésta es la razón por la que son muchos los que creen que las blogs tienen una influencia genuina sobre el periodismo y los medios de comunicación tradicionales. Algunas afirmaciones apelan a lo que parece una motivación vocacional: *“los bloggers no suponen una amenaza para los medios tradicionales, ni aspiran a reemplazarlos, sino que los complementan, añadiendo voces adicionales, otra forma de mantener controles y equilibrios. Ahora los bloggers forman parte de los medios”* afirma orgullosamente un blogger desde su experiencia<sup>35</sup>. De manera similar, Winer, autodenominado el primer blogger, opina que las weblogs se han ido convirtiendo de forma progresiva en un tipo de periodismo e, incluso, que han llegado a reemplazar en algunos casos a las aportaciones de los periodistas profesionales<sup>36</sup>. Hasta cierto punto, la audiencia obtiene información de blogs, pero aún están lejos de convertirse en un verdadero sustituto de los medios de comunicación tradicionales. Eso no ha ocurrido hasta ahora, más si tenemos en cuenta que las blogs se nutren de las mismas fuentes de información, o incluso en ocasiones dependen de las fuentes que los medios proporcionan. En estas condiciones es prácticamente imposible que las blogs lleguen a ser consideradas algo más que simples filtros o una alternativa para que el público pueda acceder a información y comentarios. A pesar de ello, las blogs funcionan como un control de los principales medios y como un mecanismo de retroalimentación para los mismos. *“De esta manera, la blogosfera sirve tanto como un amplificador, o como una batidora de la cobertura mediática”*, tal y como Drezner y Farrel (2004) han afirmado recientemente. Estos autores también han observado que:

Ha surgido una élite de blogs que selecciona información y análisis, permitiendo a los comentaristas de los medios extraer importantes análisis y confiar en que las blogs les ayuden a interpretar y predecir el desarrollo político. Bajo circunstancias específicas –cuando las blogs se centran en un asunto nuevo o en uno desvalorizado- las blogs pueden actuar como foco de atención para los medios predominantes y ejercer un notable poder para marcar la agenda (2004: 34)

Esta fortaleza potencial y sus posibles efectos están siendo neutralizados por lo que parece ser una simple y quizás no premeditada- estrategia: la incorporación de los bloggers como parte del sistema mediático preexistente. Drezner y Farrel (2004) interpretan que:

Los bloggers han sido víctimas de su propio éxito: en la medida en que más medios contratan a bloggers para que les proporcionen contenidos, éstos quedan más integrados en sus políticas. Inevitablemente, las blogs perderán parte de su novedad e inmediatez desde el momento en que han empezado a ser cooptadas por parte de las instituciones que pretenden criticar (2004: 39)

Tan pronto como las blogs sean institucionalizadas, cambiarán su naturaleza primera. Esto significa que sus logros de denuncia y su reputación se verá reducida y su etiqueta de contra-cultura desdibujada. Pese a ello, esta parece ser solamente una tendencia creciente, pero todavía no estamos ante una situación generalizada.

#### Nuevo modelo de comunicación

Por encima de todo, hay una característica que ha sido destacada persistentemente: el estilo conversacional entre los usuarios: los bloggers y la audiencia de Internet. El tono coloquial aparece en escena desde el momento en que las blogs ofrecen a sus visitantes la posibilidad de discutir en torno a asuntos y opiniones. Lo que hace visible esta cualidad es la apertura a comentarios externos<sup>37</sup> que los lectores pueden enviar a los autores de las blogs.

---

<sup>35</sup> No parece una coincidencia que la blog de Jonathan Dube se llame *CyberJournalist.net*

<sup>36</sup> Estas opiniones quedaron recogidas en una entrevista publicada en febrero de 2003, después de ser contratado como promotor de bloggers para ayudar a los alumnos y los profesores de Harvard en su actividad de blogging.

<sup>37</sup> Las blogs normalmente incluyen un formato sencillo para que los lectores puedan incluir sus nombres, dirección de correo electrónico y sus comentarios en apartados previstos a tal efecto.

Si un “género comunicativo se define generalmente como tipos de comunicación aceptados que comparten formas comunes, contenido, o finalidad, tales como una pregunta, una carta, un informe, o una reunión” (Crowston and Williams, 1996), entonces las acciones comunicativas desarrolladas bajo este nuevo formato se corresponden con un modelo reconocible de comunicación. En ese proceso, es realmente determinante que los actores se sientan conscientemente identificados con una forma efectiva de comunicación (la auto-percepción de los participantes). Esto puede ser interpretado como un signo relevante de la formación de nuevas comunidades con nuevas prácticas comunicativas. “Entre los participantes, el blogging también es frecuentemente caracterizado como de naturaleza comunitaria socialmente interactiva” (Herring et. al., 2004: 3). Según la Hansard Society (2004) las blogs pueden ser consideradas como enérgicas comunidades en línea o poderosas redes sociales, residiendo su fortaleza en la construcción de plataformas para el diálogo y el debate, lo que congrega a distintos individuos. Las blogs, al reunir a gente en grandes grupos, refuerzan las interconexiones sociales a través de Internet. Desde un ángulo complementario, las weblogs se considera que “*presentan una forma de atravesar las jerarquías organizativas y de construir redes informales*” dentro de las empresas (Gupta y Pitt, 2004). La estructura no jerárquica de la comunicación incrementa las posibilidades de las redes sociales, “*generando conexiones que, de otro modo, quizá nunca hubieran ocurrido*” (Ibid.: 3)

El rápido desarrollo del potencial comunicativo de la blog también se ha relacionado con los nuevos logros democráticos que los nuevos medios interactivos pueden promover. Las oportunidades para la deliberación democrática pública sobre asuntos cívicos/de interés ciudadano pueden asignar un papel decisivo a las funciones de las blogs que será discutido más adelante.

#### Impacto en diferentes campos

Periodismo y política son las dos áreas que se mencionan con más frecuencia como gradualmente afectadas por las blogs. Los cambios proceden de la interacción entre individuos, distanciados físicamente, sobre un campo común. Los participantes actúan filtrando información, atrayendo la atención sobre determinados asuntos, en detrimento de otros, provocando discusiones y difundiendo las opiniones resultantes. El continuo incremento del número de blogs y la variedad de herramientas disponibles para convertirse en blogger multiplica el efecto.

La influencia en la política norteamericana y en el proceso de elaboración de políticas públicas ha sido ilustrada por Drezner y Farrel (2004). Siguiendo su análisis, centrado en política exterior, el modo en que las blogs contribuyen a moldear la realidad y las agendas es sirviendo “*como vía de transmisión a través de la cual los ciudadanos ordinarios y no ordinarios expresan sus puntos de vista sobre relaciones internacionales*”. De este modo, “*las blogs se están convirtiendo en más influyentes porque afectan al contenido de la cobertura mediática internacional*”. “*Las blogs pueden proporcionar, incluso, análisis de expertos y resúmenes de textos en lenguas extranjeras, tales como artículos de periódicos y estudios gubernamentales, a los que, de otro modo, reporteros y expertos no podrían acceder o comprender*” (Ibid.: 34 y 36)<sup>38</sup>. Sea como sea, la influencia de la blogosfera no debería ser infravalorada, tal y como el director de Internet de la Casa Blanca ha reconocido<sup>39</sup>. En noviembre de 2004 el New York Times dedicó una sección a diferentes opiniones de bloggers desde distintos puntos de vista del espectro político. Se les había pedido que previamente seleccionaran y comentaran los acontecimientos y momentos que cada uno consideraba habían sido los más importantes durante la campaña electoral. El encabezamiento hacía una elocuente presentación:

Cada cuatro años, por tradición periodística, que no política, la elección presidencial debe ir acompañada de una “revolución”. Por tanto, ¿qué ha transformado la política en esta ocasión? El incremento de la weblog, o blog. Los comentarios de los bloggers –individuos o grupos publicando a diario, cada hora, o segundo a segundo, observaciones y opiniones sobre la campaña en sus sitios web- han ayudado a dar forma a la carrera de 2004 (NYT, 2/nov/2004)

<sup>38</sup> Para profundizar más en estas ideas: Drezner y Farrell (2004) “Web of Influence”, *Foreign Policy*, November/December 2004, p.32-40.

<sup>39</sup> Drezner y Farrel, op.cit. hacen referencia a la afirmación de Jimmy Orr.

Dirigiéndose a un sector de audiencia similar, el Washington Post llevó a cabo un concurso para elegir las mejores blogs durante el período de las elecciones presidenciales, atrayendo, de esta forma, tráfico de Internet adicional a su sitio web. Aún cuando tales valoraciones de la influencia de las blogs no parecen ofrecer sólidas evidencias acerca de un impacto claro y directo en el curso de los acontecimientos, sí indican de manera concluyente que las blogs cada vez se tienen más en cuenta tanto en la esfera periodística como en la política.

Algunas apreciaciones van más lejos al considerar que las blogs, de hecho, están influyendo o dejando su impronta en diferentes campos, además del periodismo y la política, y nombran algunos ejemplos: *“los profesores están utilizando las blogs para enseñar. Los científicos las usan para compartir información e ideas. Los fotógrafos las usan para ofrecer imágenes que provoquen las conciencias y para que la gente vea el mundo circundante de forma diferente. Las blogs grupales permiten a un gran número de personas en todo el mundo crear el sentimiento de formar una comunidad”* (Pack, 2004: 44) Esta perspectiva más amplia es menos explorada en la literatura, pero existen algunas reflexiones en esa dirección. De hecho, la contribución de Herring et al. (2004) identifica algunas blogs creadas específicamente con el propósito de promover ambientes adecuados dentro de organizaciones o instituciones dirigidas a compartir conocimiento. Son las denominadas: “knowledge blogs” (blogs de conocimiento), o de forma abreviada “k-blogs”. Este tipo de blog ha proliferado en las áreas de educación y negocios. Así, el titular “El Blogging llega a Harvard” en febrero de 2003 no resultó una gran sorpresa entre las noticias tecnológicas, pero simbolizó un nuevo camino en los éxitos de las blogs: *“la institución americana más antigua de enseñanza universitaria de elite ha dado un salto en la ultimísima tendencia de Internet, contratando al especialista en software Dave Winer para ayudar a estudiantes y docentes en su blogging”*. Hay algunas blogs de negocios, también, que intentan expandir una estrategia de comunicación entre audiencias internas y externas: empleados, clientes, proveedores, etc.<sup>40</sup>. Los publicistas enseguida se han dado cuenta de que las blogs no pueden ser ignoradas en la mejora de su trabajo para promocionar todo tipo de productos. Este objetivo explicaría por qué algunas marcas competitivas ya han colocado campañas publicitarias en blogs<sup>41</sup>. Los bloggers se han convertido de manera inesperada en barómetros y modernos catalizadores de la opinión pública. Independientemente de cuál sea la primera intención del blogger al crear una blog, ésta proporciona en la práctica *“un depósito portátil y de fácil acceso de información actualizada al minuto”* (Gupta y Pitt, 2004). Esto supone, ciertamente, un nuevo, y aún no suficientemente explorado, potencial de las blogs: su papel como depósito de conocimientos. Una blog puede servir a sus usuarios como fuente para un alto nivel de conocimiento o habilidades en campos específicos.

### **3. Potencial democrático de las blogs**

Los análisis en torno a los posibles efectos que las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (TIC) pueden proyectar sobre el ámbito político y, más en concreto, sobre el desarrollo de la democracia participativa, parecen haber superado la fase de polarización entre posturas meramente optimistas o pesimistas. La hipotética sociedad tecnológica de un futuro cercano no daría paso, necesariamente, a una utopía fundamentada sobre las oportunidades generadas a partir de un acceso igualitario a los medios electrónicos. Tampoco a su antónimo: una distopía, en la que las tendencias de desequilibrios sociales y de abusos de poder se acentúan, precisamente, por la distribución y el uso desiguales de las TIC. Muy al contrario, en los estudios más recientes sobre estas cuestiones, parece predominar cierto consenso respecto

---

<sup>40</sup> La blog de Robert Scoble, un empleado de Microsoft, denominada “Scobleizer” es un buen ejemplo de una blog de negocios (<http://radio.weblogs.com/0001011/>)

<sup>41</sup> Ese es el caso de Nike, British Airways, o Paramount Pictures, por ejemplo, patrocinando “Gawker” (<http://gawker.com/>), una blog de Manhattan *“mezcla de medio de comunicación, cotilleo, entretenimiento, moda, y recortes inmobiliarios”* según una de sus propias presentaciones. Dado que atrae a más de cincuenta mil visitas diarias y supera los dos millones de páginas visitadas por mes, la publicidad parece ser un buen negocio para todas las partes implicadas. El objetivo final no es otro que llegar a los consumidores en línea.

a las complejas interacciones que surgen, fruto de la influencia recíproca que ejercen la esfera tecnológica y la social. De tal manera que la incorporación de las nuevas tecnologías a diversos campos de acción social responde a un proceso dinámico, no unidireccional. Por ello no es posible obtener un resultado nítidamente positivo o negativo<sup>42</sup>. Más bien, las distintas prácticas y reflexiones van marcando una evolución con aspectos reseñables en las dos direcciones.

Entre los elementos negativos asociados con las TIC se encuentran las dudas que suscitan en torno a su capacidad efectiva para integrar a aquellos sectores sociales marginales, desde el momento en que se ve favorecida una élite experta en el manejo de dichas tecnologías. Otra cuestión que vendría a reforzar este argumento es la constatación de que quienes utilizan los nuevos medios para participar en política son, principalmente, aquellos entre los cuales se suscitaba interés previamente. Sin embargo, esto no es óbice para la posibilidad de atraer a nuevas audiencias. Otra de las tesis vinculada a las limitaciones de Internet para promover una activa implicación ciudadana es la defendida por Griffiths (2004a y 2004b) al caracterizar –al igual que lo hace Gerodimos (2004)- la cibercultura, en su etapa adulta actual, como consumista, competitiva e individualista. Es decir, el nuevo medio se utiliza, sobre todo, para el entretenimiento, el comercio y el consumo, generando demanda de inmediatez, lo que queda lejos de los valores vinculados a la participación y la movilización democráticas, que requieren de la reflexión para tomar parte en los procesos de deliberación pública. Los nuevos shows televisivos, junto con las modernas técnicas publicitarias y la proliferación de los formatos de votación del espectador, ilustran, en opinión de Griffiths, la retórica mediática que genera una ficción cuasi-democrática de autoservicio:

Estos protocolos interactivos pueden tener, por asociación, un impacto negativo en la práctica democrática porque preparan especialmente a las jóvenes audiencias (por ejemplo, muchos de los que entran a formar parte por primera vez de la cohorte de votantes) para esperar algo diferente, más sexy, más interactivo e inmediato de los portales cívicos en línea y del comportamiento político tanto de otros e-ciudadanos como de los e-representantes. Estos espectáculos mediáticos pueden verse como una fuerza en la mercantilización de las prácticas democráticas (Griffiths, 2004a: 9)

De hecho, esta autora considera tales efectos como un factor crucial en el crecimiento del cinismo sobre la democracia y en la desconfianza ciudadana acerca de la robustez de los procesos políticos. En su opinión, se han exagerado las virtudes de las tecnologías para constituir la respuesta a los problemas que arrastra la democracia, como se observa en el escaso tirón que han tenido los sitios web gubernamentales entre los internautas, ya que comparativamente son pocos los que los visitan. Es más, dichos sitios se centran en la provisión de información y servicios a los ciudadanos, por lo que, a su vez, alimentan la lógica consumista. Los ciudadanos son tratados, en primer lugar, como clientes individuales. Los experimentos de democracia digital<sup>43</sup>, sin embargo, han obtenido, en forma de pruebas piloto y consultas en línea, unos resultados escasos. Las interacciones entre las instituciones públicas y los ciudadanos son sustantivas para el desarrollo democrático. De ahí que, si se fomentan simples relaciones de gobierno-cliente, se pueda estar causando un efecto perverso no buscado:

Por lo tanto, al mismo tiempo que el gobierno requiere que los ciudadanos que usan estos sitios posean determinadas nuevas habilidades (tales como alto nivel cultural, pericia tecnológica, destrezas de búsqueda, etc.) se podría decir que también está minimizando la preparación política necesaria para una democracia saludable (capacidad para usar argumentos, reconocer y manejar diferentes perspectivas de manera civilizada, ejercer presión y movilizar) (Griffiths, 2004a: 13).

---

<sup>42</sup> Un claro exponente de esta postura es el artículo de Roman Gerodimos (2004) sobre las interacciones entre "cyberculture and civil culture" y sus efectos sobre la democracia. Este autor defiende que la tecnología y las entidades humanas se influyen mutuamente en un continuo ciclo de interacción, que deja huellas en ambos espacios: el virtual y el social.

<sup>43</sup> Robbin et. al. (2004) realizan una exhaustiva revisión de los conceptos de "gobierno digital" (e-government) y "democracia digital" (e-democracy), recogidos en la literatura especializada.



En el lado de los efectos positivos derivados de la presencia de las TIC en el terreno político se incluye, entre otros, el impulso de un acceso igualitario a la información, el fortalecimiento del debate participativo, la creación de un canal eficiente y efectivo a través del cual el gobierno difunde información de interés público, o el intercambio directo de correos electrónicos con los ciudadanos<sup>44</sup>. No sólo el incremento de las posibilidades de obtener información resulta determinante para formar opiniones en torno a asuntos de interés común, sino que, según destaca Jacobs (2005), el activismo de Internet contribuye a revitalizar la sociedad civil, puesto que proporciona una nueva plataforma para ejercer controles, deliberar, movilizar, o producir cambios. En este sentido, la participación política a través de Internet se presenta como espacio alternativo a los medios tradicionales y vehículo para voces disidentes. En esa misma línea, Gerodimos (2004) encuentra ejemplos recientes -tales como la guerra de Iraq, el movimiento anti-globalización, la polarización en y hacia los Estados Unidos, o asuntos controvertidos de política nacional- que ponen de manifiesto cómo una parte de la población se muestra interesada por las cuestiones públicas y está dispuesta a dedicar tiempo y recursos a la defensa de sus ideas. La diferencia estriba en que, ahora, este proceso aparece canalizado mediante avenidas tecnológicas, diferentes a las formas de participación tradicional.

Existe, por tanto, un reconocimiento creciente y casi indiscutible del potencial democrático que los nuevos medios interactivos pueden desarrollar, debido a la importancia de la información compartida en espacios abiertos, donde el flujo libre de ideas contribuye a promover la deliberación pública y la participación ciudadana en democracia. La incorporación de enlaces actualizados en comunicación y en política puede fomentar nuevas formas de conexión entre los ciudadanos, y entre éstos y el proceso político. Dos palabras esenciales en la arena democrática aparecen necesariamente ligadas a esta transformación: “transparencia” y “responsabilidad”. Siguiendo esta lógica, las blogs permiten a los usuarios de Internet, no sólo obtener información y opiniones sobre el proceso de toma de decisiones y el comportamiento de los actores políticos desde voces alternativas, sino también intercambiar, comentar, y distribuir los resultados de sus interacciones. Así pues, el blogging puede ayudar a fortalecer la representación política mediante nuevos canales de comunicación y buscando oportunidades más amplias para el compromiso democrático. Estas características específicas han colocado en una posición prominente las oportunidades para la democracia digital, reavivando el debate académico preexistente. El terreno de la acción de gobierno y los nuevos medios es de especial interés estratégico para la comunidad científica, tanto socialmente como en términos de investigación. En la actualidad las organizaciones, ya sean de índole local o global, políticas, públicas o privadas, no pueden autogobernarse, ni tampoco sus entornos, basándose sólo en sus recursos. Por esta razón, las instituciones modernas deben incrementar su confianza en los input procedentes de la constante evolución del conocimiento y la implicación de los ciudadanos.

Si la democracia lleva asociada el uso público e igualitario de los recursos comunes, todas las iniciativas encaminadas a poner los recursos de comunicación a disposición del público y a crear espacios colectivos de deliberación contribuyen a alcanzar esos ideales. Sin embargo, aún queda mucho por hacer. Según Blumberg y Coleman “*el proporcionar información equilibrada y de confianza acerca de la deliberación pública resulta crucial para que exista confianza en el común cívico electrónico tanto por parte de los ciudadanos como de los representantes*” (2001: 18). Por otro lado, Blumberg y Coleman señalan que “*el principio de un común cívico en el ciberespacio necesita primero ser aceptado e institucionalmente arropado con suficientes poderes, libertad y recursos para que pueda funcionar en la práctica*” (Ibid.) Nada de esto parece estar ocurriendo en la blogosfera por el momento, pero esto no impide que ese potencial democrático se desarrolle en un futuro. En una de las contribuciones más recientes de Coleman a la investigación sobre democracia digital (Hansard Society, 2004)<sup>45</sup>, encuentra tres características democratizadoras en la blogosfera:

---

<sup>44</sup> En Kavanaugh et. al. (forthcoming 2005) es posible comprobar el amplio respaldo que estas ideas han venido suscitando entre los distintos autores que han abordado el tema, especialmente a lo largo de la última década.

<sup>45</sup> La sección de Coleman (*afterword*) en el artículo de la Hansard Society 2004 sobre blogs políticas se titula: “Blogs as listening post rather than soapboxes” (2004, p. 26-30)

En primer lugar, proporciona un puente entre la esfera privada, subjetiva de expresión personal, y la socialmente frágil esfera cívica, en la que el público puede moldearse y actuar... En segundo lugar, las blogs permiten a la gente –de hecho, se espera de ellos- que expresen pensamientos poco elaborados... En tercer lugar, las blogs reducen el umbral de entrada al debate global a favor de los tradicionalmente no escuchados o voces marginadas, especialmente desde las partes más pobres del mundo que no aparecen con frecuencia representadas por otros, sin que se les de una oportunidad de presentar su propia versión (2004: 28)

Pero, al mismo tiempo, Coleman también admite que este potencial democrático “*es probable que se realice mediante técnicas de agregación y no simplemente a través de millones de actuaciones de auto-expresión individual*” (op. cit.: 28)

En todo caso, la valoración del fenómeno blog y su aportación a la participación política dista de ser unánime. Como ya ocurriera con la aplicación de las TIC al ámbito político, suscita distintas interpretaciones que, a grandes rasgos, podrían quedar sintetizadas del siguiente modo. Por un lado, en efecto, la blogosfera puede ayudar a que los ciudadanos mejoren sus conocimientos sobre el sistema democrático y, de este modo, favorecer la participación y la movilización, toda vez que forma comunidades virtuales con intereses comunes. Las blogs pueden, igualmente, sugerir agendas alternativas para el debate democrático, ejercer su influencia en la implementación de políticas públicas, además de servir como instrumento para la mercadotecnia política. Sin embargo, la blogosfera también se asocia con simples prácticas narcisistas y discusiones insustanciales, lo que, en realidad, reduce el tiempo para la deliberación democrática, pese a crear esa apariencia. Otro peligro para el desarrollo de su potencial democrático que aparece vinculado a las blogs es el de desinformación, ya se trate de manipulación intencionada al servicio de ciertos fines, de información insuficiente, u omisiones. Los contenidos que se intercambian en la blogosfera también generan sentimientos de incredulidad y, en ocasiones, quedan asociados a lo que se ha denominado “magical thinking”<sup>46</sup>.

Sea como sea, el *boom* de las blogs ha estimulado a diferentes actores políticos para adentrarse en la blogosfera, al menos esto es lo que las apariencias externas sugieren en el caso de la blog del Republican National Committee<sup>47</sup>, que estuvo activa durante la carrera presidencial estadounidense de 2004, centrada principalmente en propaganda política a favor del candidato republicano, pero fuertemente filtrada. El parlamento portugués también ha puesto en marcha un sistema de blogs<sup>48</sup> donde los diputados de la asamblea publican información y comentarios. Este es un buen ejemplo de cómo Internet está siendo explorado como una vía innovadora de generar una comunicación más fluida entre las instituciones políticas y la sociedad civil. Sin embargo, esta propuesta portuguesa no ha encontrado un entusiástico nivel de respuesta. La participación política permanece baja entre los ciudadanos. De manera destacable, en marzo de 2003 el diputado británico laborista Tom Watson se convirtió en el primer parlamentario en abrir una blog<sup>49</sup>. “*Tom ve su blog como una forma de compartir ‘los dilemas de representación’* (Hansard Society, 2004)

#### **4. El caso español**

---

<sup>46</sup> “Magical thinking” es un término usado por historiadores de la religión para describir una clase de razonamiento causal no científico. Según James George Frazer, el “magical thinking” se basa en dos leyes: la ley de la similitud (un efecto recuerda su causa) y la ley del contagio (las cosas que estuvieron una vez en contacto mantienen una conexión incluso después de que ese contacto físico haya desaparecido). Otros han descrito estas dos leyes como ejemplos de “razonamiento analógico” (frente a razonamiento lógico).

<sup>47</sup> The Republican National Committee blog: [www.georgewbush.com/blog/](http://www.georgewbush.com/blog/) or <http://www.gop.com/blog/>

<sup>48</sup> Sistema de blogs da Assembleia da República: <http://blogs.parlamento.pt/indice/>

<sup>49</sup> Tom Watson’s blog: <http://www.tom-watson.co.uk/>

A la hora de estudiar la situación de la blogosfera en España<sup>50</sup>, la primera dificultad procede de la escasa y dispersa información existente respecto a su evolución, funcionamiento y alcance actual. Pese a ello, es posible detectar un gran incremento de las blogs en España en los dos últimos años. Según un dato aparecido en Terra<sup>51</sup> en junio de 2005, “el servicio de Blogs de MSN España cuenta ya con un millón de usuarios”<sup>52</sup>, y Blogómetro ha contabilizado un millón ochenta mil blogs hasta una fecha similar, lo que sumado constituiría una cifra muy significativa, aunque haya que recibirla con bastante prudencia. Como observa, no sin cierta ironía, en su blog *Mangas Verdes* Manuel M. Almeida:

*Los datos que aportan MSN y el Blogómetro sitúan a la blogosfera española en los primeros puestos de la comunidad internacional. Estoy convencido de que si añadimos el resto de sistemas de publicación (Blogalia, Blogia, Bitacorae, Blogger, Typepad, Movable Type, WordPres...) el resultado podría ser escandaloso. Y, si a esto le sumamos el resto de la blogosfera hispana, quizás estaríamos hablando de un latin-blogger power en la cresta de la ola del movimiento blogger internacional. Es sólo una percepción con base en los datos aportados, pero habrá que esperar a que nuestros especialistas concluyan su trabajo. (Blog Mangas Verdes, 2005)*

Son varias las causas que pueden explicar este crecimiento, empezando por la lógica repercusión en España de esa misma tendencia, que tiene carácter mundial cuando nos referimos al espacio virtual. Además, la extensión universal del fenómeno blog ha llevado aparejada la aparición de servicios blogging en idiomas diferentes al inglés. Como es fácilmente imaginable, el español ha sido una de las grandes lenguas beneficiadas, y con ella todos sus internautas.

Otra causa habría que buscarla en el rápido aumento de las conexiones a Internet en los hogares españoles. Según los datos de la Fundación Auna (2005) en su “Informe anual sobre el desarrollo de la sociedad de la información en España”, los usuarios de Internet alcanzan ya la cifra del 34,2% de la población, lo que equivale a más de catorce millones (14.340.000), el número de líneas ADSL asciende a dos millones y medio -también ha disminuido su coste por efecto de la competencia, aunque en este sentido todavía queda terreno que recorrer- y el número de conexiones por cable ya es de ochocientos mil. Estas cifras son lo suficientemente expresivas acerca del aumento del uso de las TIC en nuestro país.

Pero quizás no sean éstas las únicas razones. En el caso español podría hablarse de otros motivos coyunturales que han contribuido a reforzar la aceleración de este fenómeno participativo al calor de grandes polémicas políticas y sociales. En estos casos, las blogs han sido vistas como medio alternativo de expresar opiniones e ideas y como modo de ofrecer información fuera de los cauces oficiales de las instituciones gubernamentales y de los grandes medios de comunicación. Entre otras, en los últimos años cabría citar las siguientes: el hundimiento del Prestige, la lucha contra las regulaciones que restringen el acceso a la información virtual (Ley de Servicios de la Sociedad de la Información y de Comercio Electrónico)<sup>53</sup>, la guerra de Iraq, el atentado del 11-M y las elecciones generales de 2004. Según Xení Jardín<sup>54</sup>, también ha favorecido la aceleración de este fenómeno el cierre del acceso al texto completo de las noticias por parte de algunos periódicos importantes en su versión digital, como en su

---

<sup>50</sup> Tricas-García y Merelo-Guervós (2004) definen la blogosfera española en líneas generales como un conjunto de blogs (o en ocasiones páginas web con apariencia de blog) que están escritas en español (en cualquier parte del mundo) o en cualquier otra de las lenguas oficiales en España (catalán, vasco y gallego).

<sup>51</sup> [http://actualidad.terra.es/nacional/articulo/msn\\_espana\\_servicio\\_blogs\\_cuenta\\_377814.htm](http://actualidad.terra.es/nacional/articulo/msn_espana_servicio_blogs_cuenta_377814.htm)

<sup>52</sup> Si bien, estos datos los proporciona el propio equipo de MSN utilizando, además una concepción laxa de las blogs, ya que éstas están sometidas a importantes restricciones por parte de Microsoft, apenas interactúan con el resto de la blogosfera, asemejándose su uso más al de la mensajería instantánea de Messenger, tal y como comenta el blogger *Mangas Verdes* acerca de esta situación en “España supera el millón de blogs” (30/6/2005), <http://www.proyectoisla.com/mangasverdes/?p=931>

<sup>53</sup> [Ley 34/2002 de Servicios de la Sociedad de la Información y de Comercio Electrónico.](#)

<sup>54</sup> “Blogs Coming of Age in Spain”, en *Wired News*, 1/8/2004, <http://www.wired.com/news/culture/0,1284,61741,00.html>

momento hizo El País, ya que algunas blogs actúan como revistas de prensa, comentando, haciendo referencia y ofreciendo los enlaces pertinentes a las principales noticias y colaboraciones de diversos periódicos. En ocasiones, también han llegado a ofrecer los textos de las mismas que, de otro modo, únicamente serían accesibles mediante el pago de la correspondiente suscripción.

Resulta obvio, por tanto, que existen factores externos de carácter general ajenos a la blogosfera como tal, pero que dejan recaer su influencia en la misma, tales como el control del gobierno sobre las infraestructuras, el alcance de la banda ancha, la regulación de Internet, o la familiaridad de las audiencias con los medios electrónicos. Partiendo del panorama anteriormente descrito, este estudio se centra en el potencial democrático de las blogs en España.

Al igual que ocurriera en el artículo de la Hansard Society (2004), son múltiples las preguntas que surgen acerca de los efectos reales que las blogs están generando en la esfera política y a las que este trabajo intenta buscar respuesta a través de diversos ejemplos. Tales eran las cuestiones:

¿Facilitan las blogs una deliberación efectiva? ¿Realmente atraen al público hacia el proceso político como nunca antes? ¿Puede la gente aprender de forma coherente de las blogs? ¿Dónde encajan las blogs dentro del abanico de herramientas de los nuevos medios que se están fomentando como vía para promover la participación política y la toma de conciencia política? ¿Pueden las blogs crear una genuina diferencia en la responsabilidad de los representantes electos e incrementar la transparencia de las estructuras políticas? ¿Se convertirán las blogs en una herramienta indispensable capaz de crear y mantener un dialogo real entre el electorado y los electos -algo que algún día quedará establecido como escribir a un miembro del parlamento pero con resultados más tangibles? (Hansard Society, 2004: 9)

Desde el punto de vista del análisis político resulta conveniente seleccionar blogs donde sea posible apreciar el impacto de las mismas en el debate y la participación política para, de este modo, comprobar su influencia en la movilización democrática de los ciudadanos. Por tanto, los contenidos versarán en torno a cuestiones de índole política. En cuanto a los actores, se tendrán en cuenta, en primer lugar, el uso de las blogs por parte de políticos individuales desde distintas esferas institucionales, así como los medios de comunicación en su versión electrónica, dado que el periodismo político y la respuesta de los lectores-internautas resultan a todas luces estimulantes en este terreno. Por último, también se incluirá un caso de organizaciones no gubernamentales (ONG) de carácter social, muestra de otro tipo de activismo impulsado desde las "bLONGs"<sup>55</sup>.

---

<sup>55</sup> Dentro de esta avalancha de nuevos términos relacionados con la tecnología, nos encontramos con *BLONG*. Esta palabra sirve para denominar el uso de los blogs por las ONG y ha sido acuñado por Olga Fernández Barrios, quien destaca las ventajas de este medio como una vía de bajo coste y fácil uso para desarrollar las estrategias de comunicación tanto interna como externa en un colectivo de este tipo.

**El diputado:** Carlos González Serna

<http://cgonzalez.blogspot.com/>

Entre los listados de diputados que incorpora el sitio web del Congreso de los Diputados <http://www.congreso.es/>, existe un apartado dedicado a las páginas personales de los parlamentarios, en el que sólo es posible encontrar cinco casos: tres son del grupo parlamentario socialista y dos del grupo de Izquierda Verde – Izquierda Unida – e Iniciativa per Catalunya Verds (IV-IU-ICV)



GRUPO DE TRABAJO 03:

E- Democracia y E- Gobierno: nuevas formas de participación ciudadana.

<sup>56</sup>. Uno de esos tres diputados socialistas -Carlos González Serna- ha optado por utilizar el formato blog a través de uno de los servicios gratuitos existentes en la red para la creación y la gestión de una blog. Pese a que en los archivos de su blog aparece un comentario realizado en noviembre de 2001, viene manteniendo una actividad continuada (aunque en un principio escasa)<sup>57</sup> desde noviembre de 2004. A partir de abril de 2005 incrementa su actividad en la blog, no así el índice de participación entre sus lectores, que continua en unos niveles muy bajos<sup>58</sup>. Probablemente relacionado con el tono un tanto agresivo de algunas réplicas, en julio de 2005 opta por cerrar la blog a la respuesta directa, dejando tan sólo la opción de remitir comentarios por correo electrónico y, de esta manera, incrementar los filtros. La temática de sus contribuciones se centra en noticias relativas a su actividad política de oposición, especialmente en cuestiones de ámbito local y regional en la Comunidad Valenciana. Están narradas en tercera persona e incluyen algunas de sus declaraciones vertidas en torno a asuntos de actualidad producidos en dichos ámbitos. Este enfoque difiere del utilizado por el diputado británico laborista Tom Watson, ampliamente nombrado como ejemplo de blog política, que publica en su blog reseñas de noticias recientes, artículos de prensa, reflexiones sobre su actividad en la Cámara de los Comunes, comentarios sobre determinados temas de interés y enlaces a sitios web que ha encontrado en Internet. De hecho, el diputado español no incorpora enlaces, constituyendo éstos, sin embargo, una de las notas características de las blog. Por otro lado, a diferencia de nuestro caso de estudio, la blog de Watson se caracteriza por un estilo directo, conciso e informal, por la brevedad de sus anotaciones y las facilidades para la interactividad, incluso en ocasiones fomentada con cuestiones que el propio blogger lanza a su audiencia para conocer su opinión en torno a una propuesta concreta o una cuestión de interés político. Junto a esto incorpora, a semejanza de un sitio web personal, algunos apartados para dar a conocer de forma breve su actividad política y parlamentaria.

#### Los candidatos regionales: Juan José Ibarretxe (PNV) y María San Gil (PP)

<http://www.ibarretxe.com/bitacora>

<http://www.msangil.com/msangil/weblog/blog.asp?idw=9>



En plena precampaña electoral vasca el Partido Popular lanzó una blog en el sitio web de su candidata a *lehendakari*. Sin embargo, en la blog de María San Gil su titular ni se encargaba de escribir<sup>59</sup>, ni de comentar nada de lo recibido. Es decir, la blog llevaba su nombre, pero ella no participaba en ella. Los contenidos versaban principalmente sobre política vasca o críticas a aspectos relacionados con los otros

<sup>56</sup> Curiosamente, en estos dos últimos, lejos de enlazar con una web personal, el enlace se corresponde con la página oficial del partido Iniciativa per Catalunya Verds <http://www.ic-v.org/>. Este hecho fue contrastado en julio de 2005.

<sup>57</sup> Entre esa fecha y marzo de 2005 la media fue tan sólo de dos aportaciones por mes, no recibiendo ningún comentario de vuelta a lo largo de todo ese tiempo

<sup>58</sup> Hasta el mes de julio incluido, el diputado del PSOE realizó 72 entradas y recibió un total de 10 comentarios, algunos de los cuales los realizaron las mismas personas.

<sup>59</sup> Esta labor la desempeñaba Carlos Urquijo, ex-delegado del Gobierno en el País Vasco.

candidatos<sup>60</sup>. Durante la corta vida de la blog (marzo-abril 2005, con un total de nueve anotaciones) los políticos del PP, según la apreciación de dos internautas<sup>61</sup>, no filtraban las intervenciones, que podían expresar opiniones personales directamente sin cortapisas, pero tampoco establecían ningún tipo de diálogo con ellos, puesto que no respondían a las cuestiones que les planteaban, ni se pronunciaban sobre los temas que aquéllos suscitaban.

Los comicios de abril en el País Vasco también llevaron a Juan José Ibarretxe a seguir esa estrategia, presentando su autodenominada "blog de campaña" unos días más tarde del mismo mes (marzo de 2005). Tampoco él intervenía en la misma. En este caso, las anotaciones eran editadas por el *webmaster*. A diferencia del caso anterior, se exigía un registro previo para poder enviar comentarios, los cuales eran revisados por los responsables de la página antes de aparecer publicados. Adicionalmente, se establecían claramente las normas que regulaban los contenidos. Se decía textualmente: "*se ha creado a favor de Ibarretxe y la moderación se atenderá a esa finalidad. Para escribir en contra de Ibarretxe no faltan recursos en Internet*", por lo que la crítica quedaba totalmente descartada.

Coincidiendo con la aparición de la blog de Ibarretxe, un artículo publicado en la red<sup>62</sup> sobre estos dos casos apreciaba de manera muy certera:

Lo cierto es que, de momento, los candidatos vascos no son verdaderos bloggers, sino más bien un nombre propio desde el que utilizar las bitácoras como una forma de comunicación, un espejismo de contacto directo y real con el ciudadano. (...) Falta mucho camino por andar para que estas dos bitácoras sean una verdadera forma de comunicación directa con el ciudadano. Un lugar en el que el candidato pueda expresar sus ideas, explicar su programa electoral y nutrirse del *feedback* de los ciudadanos, respondiendo a las críticas, sin miedo (Rodríguez, 2004)



**El Vicepresidente de Comunidad Autónoma: Anxo Quintana**  
<http://www.quin2005.com/>

Anxo Quintana puso en marcha su blog el 30 de mayo de 2005 con motivo de la campaña electoral gallega, y la mantiene activa una vez celebradas las elecciones, aunque ha disminuido el número de aportaciones tras la votación. Sin embargo, no puede hablarse con propiedad de blog, ya que no ofrece la posibilidad de enviar comentarios a las anotaciones que A. Quintana incluye en la página.

Únicamente facilita una dirección de correo electrónico para enviar los comentarios que se consideren oportunos, pero no al pie de las anotaciones, sino en otra sección del sitio web. Además, no aparecen recogidos los comentarios que hayan podido enviar los potenciales lectores. Tampoco se incorpora ningún tipo de enlace a otras blogs, sitios web, páginas de interés, otras noticias o cualquier tipo de información pertinente. Por tanto, se trata, sin más, de una página personal donde, además de ofrecer datos biográficos, el político vierte sus opiniones sobre diversos temas de actualidad o informa sobre las actividades que ha llevado a cabo. Estamos, pues, ante un mero caso de mercadotecnia política: la utilización de la palabra "blog" para atraer a un público iniciado en su uso.

<sup>60</sup> Algunos de los *post* escritos sobre: el talante de Zapatero, el Plan Ibarretxe, o exigiendo al PSOE que explicara sus supuestas conversaciones con Batasuna.

<sup>61</sup> Antxon en [http://www.eleccionesvascas.com/euskadi/2005/03/21/ibarretxe\\_tambien\\_lanza\\_su\\_blog](http://www.eleccionesvascas.com/euskadi/2005/03/21/ibarretxe_tambien_lanza_su_blog) y V. Rodríguez en <http://www.20minutos.es/noticia/12356/0/blogs/elecciones/vascas/>

<sup>62</sup> El artículo se titulaba: "Los políticos vascos se lanzan a la blogosfera". Su autor: V. Rodríguez. Publicado: el 21.03.2005 <http://www.20minutos.es/noticia/12356/0/blogs/elecciones/vascas/>



## La columna de opinión del periodista político: Victoria Prego

<http://www.elmundo.es/elmundo/prego.html>

El diario El Mundo, con la pretensión de aparecer al frente de las innovaciones tecnológicas que surgen en el universo virtual, lanzó en enero de 2005 una blog de contenido político mantenida por Victoria Prego, que da su nombre a la misma.



Se trata de una columna de opinión de aparición irregular (varias veces a la semana, no diariamente) que ofrece la posibilidad de recibir comentarios emitidos por los lectores. Éstos tienen que registrarse previamente, y sus contenidos siempre serán moderados y filtrados por los responsables de la blog. Por tanto, aparte de esa posibilidad de insertar comentarios, no existen signos claros que nos induzcan a pensar que nos encontramos ante una blog en sentido estricto. No tiene enlaces de ningún tipo, ni siquiera con noticias cuyo contenido pueda ser parecido al de las anotaciones de la periodista. Los únicos enlaces visibles, si como tal pueden definirse, son con el archivo de anteriores anotaciones vertidas en la blog.

El Mundo ya dispone de unos cuantos blogs enlazados desde la portada: cultura, televisión, nuevas tecnologías y política; este último recién incorporado y escrito por Victoria Prego. En realidad son columnas de opinión que sólo existen en la pantalla; podríamos decir que son creados desde arriba, por nombres ya establecidos con infraestructuras sólidas y una agenda previsible, cuando un blog es todo (o parte de) lo contrario: una voz espontánea que publica comentarios, impresiones, referencias, y propone debate, con espacio para la improvisación permanente. El lector habitual de El Mundo consumirá estos “blogs” como parte de la oferta informativa del periódico sin llegar a saber qué es un blog, porque no le dan ninguna pista y encima le ponen trampas, mandándole a poner comentarios a un foro. Ni un mísero enlace permanente. Y el lector habitual de blogs se encontrará con dificultades o más bien imposibilidades para añadir a su lector de noticias los feeds correspondientes, porque no existen (me alegrará que alguien me corrija en este punto para poder suscribirme a esas columnas). (Blog Furilo, 2005)<sup>63</sup>

Por tanto, resulta complicado hablar de blog en este caso. Únicamente se trata del revestimiento de modernidad de la tradicional columna de opinión política, pese al supuesto tono coloquial que se quiere imprimir al estilo de la redacción de los comentarios, con el que se pretende imitar el estilo informal de los comentarios que suelen aparecer en las blogs.

Cabe decir, pues, que aquí nos hallamos ante otro caso de mercadotecnia, esta vez periodística: la utilización del vocablo “blog” para atraer a cierto tipo de lectores con la intención de crear corrientes de opinión muy definidas en torno a temas específicos, acorde con la línea editorial del periódico.

## Los lectores de los periódicos electrónicos: Libertad Digital y Periodista Digital

Algunos periódicos ofrecen la peculiaridad de publicarse únicamente en formato electrónico. Tal es el caso de Libertad Digital y Periodista Digital. De ahí la relevancia de observar el uso que hacen de las novedades que Internet ofrece para fomentar la comunicación entre los internautas.

<sup>63</sup> “2005, el año de los blogs en España”, 8 - marzo - 2005 en Blog Furilo, <http://www.furilo.com/page/3/>



<http://www.libertaddigital.com/bitacora/>



Sin embargo, de igual modo, la utilización del término “bitácora”<sup>64</sup> obedece a razones de mercadotecnia periodística. En la sección bajo ese nombre se ofrece la opción de comentar las anotaciones que sobre temas de actualidad Libertad Digital vierte en el sitio web. Para poder hacerlo hay que registrarse como usuario. Nada se dice acerca de si los comentarios serán filtrados o no. Aparte de eso, tampoco se ofrece dentro de la blog enlace de ningún tipo con noticias relacionadas, otras blogs u otros sitios web que pudieran ser interesantes.

En este caso, son directamente los responsables del periódico electrónico los que asumen las opiniones publicadas: “Esta bitácora refleja la opinión de Libertad Digital de la forma más inmediata, frecuente y breve”<sup>65</sup>. Otro aspecto importante que conviene señalar es el elevado número de comentarios generados entre sus seguidores, infinitamente superior al caso estudiado anteriormente. También es destacable que las anotaciones de la blog siempre aparecen con los mismos marcos que en el resto del sitio web de Libertad Digital<sup>66</sup>. A primera vista, esto contribuye a integrar dicha sección dentro del contenido de todo el periódico, ya que desde ahí se ofrecen enlaces con el resto de contenidos del propio sitio web. Se trata de un complemento más.

<http://blogs.libertaddigital.com/>



En otra sección Libertad Digital inserta una serie de enlaces a algunas blogs externas de sus usuarios, junto con las primeras líneas de los comentarios más recientes que en ellas aparecen. Para ello es preciso hacer una petición a los responsables del sitio web de Libertad Digital, que establecen una serie de condiciones realmente leoninas respecto a los contenidos, lo que restringe drásticamente las oportunidades de un intercambio efectivo y democrático de opiniones:

*“Toda información que el usuario provea o suministre a nuestro Sitio Web no podrá contener: [...] Cualquier material que Libertad Digital considere inapropiado [...] Al emplear este servicio, el usuario acepta que Libertad Digital puede interrumpir este servicio a su sola discreción de forma incontestable y eliminar todo el material volcado por el usuario cuando así lo estime oportuno”<sup>67</sup>.*

Periodista Digital

[http://www.periodistadigital.com/blog\\_zone/](http://www.periodistadigital.com/blog_zone/)



De igual modo, Periodista Digital, otro periódico que únicamente se edita en formato electrónico ofrece la

opción de “bitácora” en castellano en lugar de “blog”.

Como en el caso de Victoria Prego, en la que desaparecen los marcos. Tan sólo

se trata de un [www.periodistadigital.com/blog\\_zone/](http://www.periodistadigital.com/blog_zone/)

posibilidad de insertar en sus páginas los enlaces a diferentes blogs externas de sus lectores, con las primeras líneas de los comentarios más recientes que en ellas han colocado. Como único requisito previo se pide hacer la petición por correo electrónico, pero absolutamente nada se dice sobre los criterios que los responsables de Periodista Digital van a tener en cuenta a la hora de decidir incluir o no en sus páginas tales blogs. Por un lado, se ofrecen -en el marco lateral izquierdo- enlaces relacionados con la blogosfera y, a su vez, la denominada "blog\_zone" (es el nombre que recibe la sección) se mantiene como un apartado más del periódico al que poder acceder. En este caso, la temática que abarcan las blogs es diversa, no centrándose necesariamente en manifestar opiniones de calado político.

### El activismo social: Canal Solidario

<http://bitacora.canalsolidario.org/>

Las ONG también han pasado a hacer uso de la blogosfera como otra pieza extra en su activismo social. Canal Solidario es un ejemplo. Atendiendo a su propia presentación: "*Canal Solidario es un proyecto de comunicación sobre cooperación, desarrollo, paz, derechos humanos e inclusión social que desde 1999 ofrece a través de un portal de Internet información de actualidad, servicios, recursos y espacios de participación social.*" Forma parte de una red internacional (OneWorld) con más de 1.700 organizaciones afiliadas. Dentro de su sitio web, ofrecen un espacio para la participación de los bloggers y explican su finalidad:

La bitácora de Canal Solidario-OneWorld es una herramienta al servicio de cualquier persona, organización o red social para generar debates alrededor de los comentarios, propuestas o temas enviados por los usuarios relacionados con nuevas tecnologías y su aplicación social. Los participantes intervienen simultáneamente como lectores, productores de información y de opinión. El objetivo de la Bitácora es que los participantes se apropien de esta herramienta, alimentando este espacio con sus historias, comentarios y debates, generando conocimiento para la transformación social.



Entre las sugerencias que realizan a los futuros participantes están la inclusión de enlaces para incrementar la credibilidad de las aportaciones y la argumentación de las opiniones. Asimismo, establecen los criterios que se tendrán en cuenta al ejercer la moderación de los mensajes enviados, principalmente la no lesión de los derechos básicos de las personas y que se ajusten a los objetivos del espacio.

## 5. Conclusiones

A continuación quedan enumeradas las diez principales conclusiones obtenidas a lo largo de este trabajo:

- ❖ En España la blogosfera, y en particular el uso de las blogs políticas, presenta un desarrollo más tardío (2004 y 2005) y con menos sofisticación que en entornos anglosajones.
- ❖ Se trata de un fenómeno que aún está evolucionando. De hecho, está siendo explorado en distintos ámbitos -el político, por ejemplo, en los medios electrónicos, o por parte de alguna ONG- a la par que se produce su eclosión.
- ❖ Se percibe un mayor interés por la aplicación de la "etiqueta blog", debido a las connotaciones de modernidad tecnológica y apertura que se asocian a ella, que por asumir el "verdadero espíritu blog", que conlleva más espontaneidad e intercambio de opiniones de lo que es posible encontrar en las actuales prácticas.
- ❖ El uso de las blogs por parte de políticos individuales aún es muy limitado, tanto en la extensión del número de casos como en los resultados logrados. Es posible afirmar que a través de las blogs no se establece un verdadero diálogo con los ciudadanos.
- ❖ Se aprecian diferentes aplicaciones en el campo de la mercadotecnia, no sólo política, sino también periodística. También se han incorporado las blogs como elemento de campaña electoral.
- ❖ Es frecuente encontrar la existencia de numerosos filtros editoriales, incluidos los del propio blogger, o los del sitio web que sirve como plataforma para publicar las blogs.
- ❖ No se observa un claro fomento de la participación política. Puede estimular a ciertos colectivos e individuos hacia ella, pero no se deja sentir su influencia de manera nítida. Del mismo modo, tampoco tiene incidencia en la toma efectiva de decisiones políticas.
- ❖ En las blogs españolas analizadas se produce un cierto volumen de intercambio de información y de pareceres en torno a cuestiones de actualidad e interés para determinados colectivos, pero esto está lejos de dar paso a un verdadero debate participativo y constructivo.
- ❖ Podría decirse que se favorece un componente gregario en el sentido de que las blogs tienden a congregar a individuos con ideas semejantes que se refuerzan en sus planteamientos ideológicos.
- ❖ La blogosfera en España presenta una válvula para la expresión individual en Internet, pero no está desarrollando con satisfacción su potencial democrático. Cabe esperar cierta madurez futura, pero resulta difícil esperar un avance drástico.

### Anexo I

#### Listado de blogs que se autodescriben como políticas en Blogalia:

<http://www.blogalia.com/directorio.php>

[El Muro de Planck](#) No podremos saber qué hay detrás, pero podemos darnos el gusto de llenarlo de pintadas. Weblog sobre Ciencia, Tecnología y Política que, como la luz y la materia tras el Muro, son casi la misma cosa. joven 2005-02-24

[Apuntes del subsuelo](#) Artículos literarios y políticos de Antonio López del Moral, escritor y periodista. antonioldm 2004-10-27

[Política y religión](#) Crítica y denuncia a los tejemanejes de los políticos y las religiones, concretamente de los políticos españoles y la iglesia católica. Oier 2004-10-22

-----  
-

#### Selección dentro de categoría política (205) en blogcindario:

<http://www.blogindario.com/index.php?a=cat&c=20&pag=5>

#### Asuntos Municipales

Artículos de contenido municipal como Plenos, acuerdos con otras Administraciones y relacionados con el Gobierno Local.

**Creado:** 05/02/2005 23:01

**Último artículo:** 28/06/2005 18:11 (10 Artículos)

#### Decíamos Ayer

Decíamos Ayer: Asociación Universitaria por el Pensamiento Crítico y la Recuperación de la Memoria Histórica con base en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociología de la Universidad Complutense de Madrid, España

**Creado:** 13/05/2005 12:27

**Último artículo:** 18/06/2005 23:07 (11 Artículos)

#### Juventudes Socialistas de Puerto Real

Blog de Juventudes Socialistas de Puerto Real.

**Creado:** 27/11/2004 20:21

**Último artículo:** 27/11/2004 20:22 (1 Artículos)

#### Can Suria Se siente estafada

queremos defendernos del Abuso de Poder del Ayuntamiento de Olivella

**Creado:** 12/04/2005 03:12

**Último artículo:** 12/04/2005 04:01 (5 Artículos)

#### Guerrilla Urbana

GUERRILLA URBANA, Órgano Oficial de Publicación de Artículos del Grupo IZCA y el Foro de Comunistas. Contacto: guerrillaurbana\_1917@yahoo.es

**Creado:** 29/01/2005 00:09

**Último artículo:** 11/02/2005 21:32 (8 Artículos)

#### almontelibre

Donde poder expresar la libre opinión sobre temas políticos de Almonte (Huelva)

**Creado:** 08/02/2005 02:39

**Último artículo:** 27/04/2005 00:39 (4 Artículos)

#### Independencia Catalunya

El blog de <http://groups.m sn.com/independ enciacat> . Som catalanistes, o sigui que espanyols fora.

**Creado:** 12/12/2004 10:31

**Último artículo:** 12/12/2004 11:16 (2 Artículos)

#### Derecho y Política

Visión particular de la política y el derecho

**Creado:** 03/02/2005 16:57

**Último artículo:** 06/02/2005 20:16 (5 Artículos)

#### FILOPOL

Crítica de todo lo que sucede en las sociedades políticas

**Creado:** 03/01/2005 11:36

**Último artículo:** 28/05/2005 13:45 (15 Artículos)

#### Diario de un Portavoz Municipal Socialista

Diario de un portavoz municipal socialista

**Creado:** 08/05/2005 17:39

**Último artículo:** 08/05/2005 17:45 (1 Artículos)

#### Tenemos un GOBIERNO DE MIERDA!!

Dedicado a críticas contra el gobierno de Zapatero. Todas las promesas incumplidas

**Creado:** 19/12/2004 22:16

**Último artículo:** 24/05/2005 14:54 (32 Artículos)

### [Foro marxista](#)

Órgano de expresión del foro marxista

**Creado:** 18/01/2005 21:02

**Último artículo:** 04/03/2005 16:44 (9 Artículos)

### [libre opinion](#)

noticia y comentarios de análisis político

**Creado:** 02/03/2005 02:38

**Último artículo:** 28/04/2005 03:37 (16 Artículos)

## **Anexo II**

### **Spanish Blogosphere**

#### **Main blogging platforms and number of blogs per platform**

(only the ones available in local language)

Data from [blogómetro](#) (2005-06-10), updated with [MSN Spaces info](#):

- MSN Spaces 1,000,000
- blogia.com 31,122
- ya.com 14,800
- diariogratias.com 6,024
- blogspot.com 3,869
- bitacoras.com 3,128
- zonalibre.org 2,408
- acelblog.com 1,931
- lamevaweb.info 1,699
- barrapunto.com 1,438
- barcelonablogs.com 1,272
- Blogalia
- Blogdiario.com
- Blogs Que
- La Coctelera
- Typepad España
- Yaycos
- DiarioVasco.com

Note 1: hostings with more than 1,000 weblogs.

Note 2: blogspot is underrepresented

Note 3: We have no data about La coctelera nor Que (but we are trying hard)

Note 4: Our data is not only from Spain but also other Spanish (language) weblogs.

#### **Total number of blogs estimated**

1,080,000 blogs according to [Blogómetro](#) + MSN Spaces

#### **'A list' bloggers, and possible theme of their blogs**

(In local language and in english by local people) - Ordered by technrati sources, then links. Do not include Spanish language from Latin America or by Spaniards outside Spain.

In Spanish

1. [Barrapunto](#) (2,729 links, 1,646 sources) - about open source
2. [eCuaderno](#) (1,337 links, 949 sources) - by José Luis Orihuela; about blogging

3. [Minid \(1,213 links, 907 sources\)](#) - by Diego Lafuente; aboutdesign and technology (Although based in Spain, this blogger is from Argentina)
4. [Microsiervos \(1,303 links, 879 sources\)](#) - by Alvy, Nacho and Wicho; about technology, design, science, and everything geek
5. [Escolar.net \(1,079 links, 672 sources\)](#) - by Nacho Escolar; about Spanish politics
6. [ALT1040 \(1,049 links, 699 sources\)](#) - by Eduardo Arcos; about Internet and cyberculture (It's not an European blog, its based in México)
7. [Blogpocket \(869 links, 589 sources\)](#) - by Antonio Cambronero; about blogs and technology
8. [Periodistas21 \(788 links, 467 sources\)](#) - by Juan Varela; about blogs and new journalism
9. [Dirson \(941 links, 465 sources\)](#) - by Miguel Cuesta,; about Google
10. [TintaChina \(601 links, 465 sources\)](#) - by Gemma Ferreres; about technology and business
11. [La Petite Claudine \(521 links, 414 sources\)](#) - erotism
12. [Error500 546 links, 346 sources](#)
13. [PJorge 602 links, 322 sources](#)
14. [Xataka \(580 links, 318 sources\)](#) - gadgets
15. [Atalaya 510 links, 307 sources](#)
16. [Mangas Verdes \(374 links, 244 sources\)](#) - blogs, news and technology
17. [Sin Papel \(45 links, 33 sources\)](#) - about technology and communication

### Political blogging

Best stories & blogs

- [Matrimonio y Católicos - Psicofonías](#)
- [Elecciones Vascas](#) (by Alianzo)

Blogs from politicians:

- [Miquel Bofill](#) - ERC
- [Francesc Ferrer Girones](#) - ERC
- [Juan Jose Ibarretxe](#) - PNV
- [Miquel Iceta](#) - PSC
- [Luis Marinez Oblanca](#) - PSOE
- [Jose Luis Moreno](#) - PP
- [Maria San Gil](#) - PP
- [Rafael Larreina](#) - EA (Basque nationalists)

### Corporate blogging

- [Redes Sociales](#) (Alianzo)

### Mainstream media

- [Blogs de Telecinco](#) (Nacho Escolar is behind them)
- [La Tejedora](#) (Prisacom)
- [El Mundo](#) (El Mundo)



## Referencias

- Blood, Rebecca (2000) "Weblogs: A History and Perspective", *Rebecca's Pocket*. 07 September 2000. <[http://www.rebeccablood.net/essays/weblog\\_history.html](http://www.rebeccablood.net/essays/weblog_history.html)>.
- (2002) *The Weblog Handbook: Practical Advice on Creating and Maintaining Your Blog*. Cambridge MA: Perseus Publishing.
- Blumler, Jay G., and Coleman, Stephen (2001) *Realising Democracy Online: A Civic commons in Cyberspace*. IPPR/Citizens Online. Research Publication No. 2. March 2001. UK.
- Clift, Stephen L. (2004) *E-government and Democracy. Representation and Citizen Engagement in the Information Age*. <<http://www.publicus.net/articles/cliftegovdemocracy.pdf>>.
- Conhaim Wallys W. (2002) Blogging—What Is It? *Link-Up*, Vol 19, Issue 2, May/June 2002 <<http://www.infotoday.com/lu/may02/conhaim.htm>>.
- Crowston, Kevin (1996) *Reproduced and emergent genres of communication on the World-Wide Web*. Syracuse University of Information Studies. Centre for Science and Technology. NY. <<http://crowston.syr.edu/papers/Webgenres.html>>.
- Drezner, Daniel W. and Farrell, Henry (2004) "Web of Influence", *Foreign Policy*, November/December 2004, p. 32 - 40. <<http://www.foreignpolicy.com/story/files/story2707.php>>.
- Gerodimos, Roman (2004) "The Interaction of Cyberculture and Civic Culture and its Effect on Democracy: a Research Agenda", *5<sup>th</sup> International and Interdisciplinary Conference of the Association of Internet Researchers (AoIR)*, University of Sussex, 19-22 September 2004.
- Griffiths, Mary (2004a) "Keeping it real" – or just an exercise in making it easier to govern? Media trainings, life events, the blogosphere, and the e-citizen, a paper prepared for the *Australian Electronic Governance*. Centre for Public Policy. University of Melbourne, Victoria, 14-15 April 2004.
- (2004b) "e-Citizens: Blogging as Democratic Practice", *Electronic Journal of 3-Government*, Volume 2, Issue 3, 2004, p. 155 – 166.
- Gupta, Anu, and Pitt, Lindsay, (2004) "Weblogs – a New Way of Networking", *SCM* April/May 2004, Vol 9, Issue 3, p. 3.
- Festa, Paul (2003) *Blogging Comes to Harvard*. <[http://news.com.com/2008-1082-985714.html?tag=fd\\_nc\\_1](http://news.com.com/2008-1082-985714.html?tag=fd_nc_1)>.
- Hansard Society (2004) *Political Blogs – Craze or Convention?*. London, UK. <[http://www.hansardsociety.org.uk/assets/Final\\_Blog\\_Report\\_.pdf](http://www.hansardsociety.org.uk/assets/Final_Blog_Report_.pdf)>.
- Herring, Susan C., Scheidt, L.A., Bonus, S., and Wright, E. (2004) *Bridging the Gap: A Genre Analysis of Weblogs*. School of Library and Information Science. Indiana University, Bloomington. Proceedings of the 37th Hawai'i International Conference on System Sciences (HICSS-37). Los Alamitos: IEEE Computer Society Press. <<http://www.blogninja.com/DDGDD04.doc>>.
- Hindman, Matthew, Tsioutsoulis, Kostas, and Johnson, Judy A. (2004), *Measuring Media Diversity Online and Offline: Evidence from Political Websites*. Universidad de Michigan.
- Holmes, Brian (2003) *Commons-based Political Production: Open Source to an Alternative Society?* <[http://www.constantvzw.com/transmedia\\_archive/000101.html](http://www.constantvzw.com/transmedia_archive/000101.html)>.
- Houriham, Meg (2002) *What We're Doing When We Blog*.

<<http://www.oreillynet.com/pub/a/javascript/2002/06/13/megnut.html>>.

Jacobs, David (2005) "Internet Activism and the Democratic Emergency in the U.S.", *ephemera*, theory & politics in organization, Volume 5 (1), p. 68 – 77.

Kahn, Richard and Kellner, Douglas, *Internet Subcultures and Oppositional Politics*.  
<[www.gseis.ucla.edu/faculty/kellner/essays/internet\\_subcultures\\_oppositional\\_politics.pdf](http://www.gseis.ucla.edu/faculty/kellner/essays/internet_subcultures_oppositional_politics.pdf)>.

Kavanaugh, Andrea L, et. al. (Forthcoming 2005) Information Technology in support of Public Deliberation. In P. Van den Besselaar and Jeremy Preece (Eds.) *Communities and Technologies II*. The Netherlands: Kluwer Academic Publishers.

Kollock, Peter and Smith, Marc (1996) "Managing the Virtual commons: Cooperation and Conflict in Computer Communities". In Susan C. Herring (Ed.), *Computer-Mediated Communication: Linguistic, Social, and Cross-Cultural Perspectives* (pp.109-128). Amsterdam: Benjamins.

McCoy, Marci (2004) How Journalists see the Blogosphere, Annenberg School of Communication, University of Pennsylvania.

New York Times, The (2004, November 2): *The Revolution Will Be Posted*. OP-Ed Contributors  
<<http://www.nytimes.com/>>.

Norris, Pippa (2004) *Building Knowledge Societies: The renewal of democratic practices in knowledge societies*. UNESCO World Report.  
<<http://ksghome.harvard.edu/~pnorris/Acrobat/UNESCO%20Report%20Knowledge%20Societies.pdf>>.

Noveck, Beth Simone (2004) The future of citizen Participation in the Electronic State: Modeling Communicative Action in E-Rulemaking Practice, Proceedings of the 9<sup>th</sup> International Working Conference on the Language-Action Perspective on communication Modelling, Rutgers University, The State University of New Jersey, New Brunswick, NJ, USA, June 2-3, 2004.

Oser, Kris (2004) "More Marketers Test Blogs to Build Buzz". *Advertising Age* 9/13/2004, Vol.75, Issue 37.

Pack, Thomas (2004) "Through the Blogosphere", *Information Today*, November 2004, p. 41 & 44.  
<<http://www.infotoday.com>>

Richard, Kahn and Kellner, Douglas (2004), "New Media and Internet Activism: From the "Battle of Seattle" to Blogging", *New Media & Society*, 2004, 6, 1, Feb, p. 87 – 95.

Robbin, A., Courtright, C., & Davis, L. (2004). ICTs and political life. In B. Cronin (Ed.), *Annual Review of Information Science and Technology* (Vol. 38). Medford, NJ: Information Today, Inc./American Society for Information Science and Technology, pp. 411-482.

Smolkin, Rachel (2004) "The Expanding Blogosphere", *American Journalism Review*, Jun/Jul 2004, Vol. 26, Issue 3, p.38 – 43.

Tricas-García, Fernando, and Merelo-Guervós, Juan J. (2004) *The Spanish-Speaking Blogosphere: Towards the Powerlaw?*

Whitney, William H. (2004) "Digital Politics. Plumbing the Net's Power", *Columbia Journalism Review*, March/April 2004, Vol. 42, Issue 6, p. 9.

Winer, Dave (2002) *The History of Weblogs*. <<http://newhome.weblogs.com/historyOfWeblogs>>.